

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

PT. Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI) merupakan salah satu perusahaan dibawah lisensi “The Coca-Cola Company” yang memproduksi minuman ringan berkarbonasi maupun minuman ringan tidak berkarbonasi. CCAI memiliki dan mengoperasikan 9 pabrik pembotolan yang terletak di Cibitung, Cikédokan, Bandung, Semarang, Surabaya, Bali, Medan, Padang, dan Lampung. Kantor CCAI Cibitung berlokasi di Jl. Teuku Umar Km 46, Cibitung Bekasi. Seluruh pabrik pembotolan di Indonesia berada dibawah Manajemen PT. Coca-Cola Indonesia. Sampai dengan saat ini tahun 2018, CCAI memproduksi minuman dengan merk Coca-Cola, Sprite, Fanta, A&W Sarsaparila, Frestea, Aquarius, Minute Maid Pulpy, Minute Maid Fruit Bite, Minute Maid Nutriboost, Ades, dan Schweppes.

Tenaga kerja berperan penting pada suatu perusahaan dikarenakan dengan adanya tenaga kerja digunakan sebagai penggerak dan mengukur kinerja dari perusahaan tersebut. Dalam pengaturan tenaga kerja (shift) pada stasiun kerja produksi PT. CCAI dibagi menjadi 3 shift, yaitu pagi atau shift 1, siang atau shift 2 dan malam atau shift 3, dimana pergantian shift tersebut dilaksanakan selama 7 hari sekali, yaitu hari Senin. Pada pabrik CCAI, semua proses produksinya

dilakukan menggunakan mesin, sehingga tenaga kerja pada bagian produksi hanya sebagai operator mesin serta penguji bahan baku maupun produk jadi.

Coca cola pertama kali produksi di Indonesia pada tahun 1932. Sejak saat itu, The Coca Cola System telah memberikan kontribusi penting bagi perkembangan negara, baik sebagai penyedia lapangan kerja, investor, ataupun sebagai anggota masyarakat yang peduli.

Coca Cola amatil Indonesia di tahun 2016 lalu mempekerjakan lebih dari 12.000 karyawan di 8 pabrik pembotolan dan lebih dari 200 pusat penjualan dan distribusi diseluruh negeri. Coca cola amatil Indonesia adalah mitra pembotolan utama untuk coca cola system dan bisnis investasi Australia terbesar di Indonesia, yang beroperasi sejak tahun 1992.

The Coca Cola System juga terdiri dari coca cola Indonesia, kantor layanan lokal coca cola yang bertanggung jawab atas pemasaran merek dagang, dan juga Commercial Product Supply, pembuat sirup dan bahan baku produk coca cola company untuk Indonesia dan negara-negara lain di wilayah sekitar. Untuk daerah Bandung sendiri coca cola amatil Indonesia berada di daerah Jl. Soekarno Hatta no. 619, Bandung Jawa Barat Indonesia. Tidak hanya daerah Soekarno Hatta aja, coca cola amatil Indonesia yang berada di Bandung juga berada di daerah Cimahi. Bagi masyarakat kota Bandung itu sendiri, coca cola sudah sangat terkenal sebagai produsen minuman bersoda yang memiliki beberapa varian rasa. Ada beberapa diantara minuman bersoda yang menjadi andalan dari coca cola itu sendiri yaitu coca cola, fanta, dan sprite. Ketiga minuman beroda tersebut sudah

tidak asing lagi bagi masyarakat kota Bandung atau bahkan Indonesia. Komposisi coca cola itu sendiri adalah air berkarbonasi, gula, konsentrat cola, pewarna karamel, pengatur keasaman asam fosfat, dan lain-lainnya. Namun coca cola tidak hanya memproduksi minuman bersoda seperti yang masyarakat ketahui, coca cola mencoba melebarkan penjualannya tidak hanya minuman bersoda saja, melainkan minuman seperti teh yaitu frestea, air mineral yaitu ades, isotinik yaitu aquarius, bahkan minuman buah-buahan yaitu minute maid fruit bite dan minute maid nutriboost. Namun untuk saat ini pemasaran di kota Bandung untuk produk coca cola yang sedang meningkat itu ada pada produk tehnya, dimana frestea menjadi produk yang sedang tinggi peminatnya, sedangkan untuk produk soda seperti coca cola, fanta dan sprite pemasaran khususnya di daerah Bandung masih bisa bersaing dengan produk-produk soda lainnya.

Pemasaran coca cola itu sendiri berdiri dalam sebuah distributor, yang membuat perbedaan dengan strategi pemasaran dari perusahaan lain, cara yang digunakannya tersebut diantara lain dengan langsung mengunjungi outlet-outlet, caffe, atau membuka stand di beberapa titik tertentu. Pemasaran coca cola juga sering mengadakan event-event pameran yang memang disponsori langsung oleh coca cola itu sendiri. Namun yang paling sering digunakan dalam pemasaran di coca cola itu sendiri yaitu distributor, karna sudah memiliki data dalam setiap outlet yang akan dikunjungi, karena marketing coca cola itu sendiri sudah berhubungan langsung pada setiap outlet yang akan dikunjunginya, karena marketing coca cola itu sendiri bukan mereka yang menawarkan, namun mereka yang mengelola setiap outlet yang bekerjasama dengan coca cola tersebut. Dari segi

harga coca cola juga memberikan kisaran harga yang terjangkau pada setiap botolnya, yang mampu bersaing dengan kompetitornya.

1.2 Fokus Penelitian

Melihat konteks diatas maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada
“BAGAIMANA KOMUNIKASI PEMASARAN DI PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA KOTA BANDUNG”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ke dalam beberapa pertanyaan pokok, yaitu:

1. Bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *Public Relations* ?
2. Bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *advertising* ?
3. Bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *event sponsorship* ?
4. Bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *salles promotion* ?
5. Bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *direct selling* ?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus masalah penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *public relations*.
2. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *advertising*.
3. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *event sponsorship*.
4. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *sales promotion*.
5. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Kota Bandung melalui *direct selling*.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pada umumnya dalam Ilmu Komunikasi dan Marketing Public Relations (MPR) khususnya. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1. Kegunaan Teoritis

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi dalam pemasaran di PT. Coca Cola Amatil Indonesia Bandung.
- b. Mengembangkan pengetahuan peneliti dalam menganalisa dikemudian hari mengenai fungsi pemasaran di PT. Coca Cola Amatin Indonesia Bandung.
- c. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kelengkapan perpustakaan dalam bidang disiplin Ilmu Komunikasi khususnya yang berhubungan dengan marketing public relations, serta dapat dijadikan informasi bagi pihak yang berkepentingan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bentuk pemahaman bagi peneliti itu sendiri dan rekan-rekan yang berkonsentrasi pada bidang Ilmu Komunikasi.
- b. Sebagai pengetahuan baru bagi peneliti dan masyarakat mengenai marketing public relations dalam meningkatkan pemasaran produk perusahaan.
- c. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan marketing public relations.